

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan SKRIPSI dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU *CONVERSE ALL STAR*”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program strata-1 di jurusan Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Mamad Rahmadani dan Ibu Miftahul Jannah tercinta atas segala do'a, kasih sayang, motivasi, perhatian, semangat, serta pengorbanan yang diberikan dengan tulus selama ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Mahmud, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang memberikan kesempatan pada peneliti untuk memperoleh pendidikan terbaik selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

3. Bapak Dr. H. Sahya Anggara, Drs., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Bapak Dr. Muhammad Zaky, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
5. Bapak Drs. H. Ade Hidayat, M.Ag selaku Dosen Pembimbing 1 atas bimbingan, saran dan motivasi yang diberikan.
6. Bapak Ruhenda, S.Ag.,MM, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 atas bimbingan, saran dan motivasi yang diberikan.
7. Bapak Dr.H. Kadar Nurzaman, SE., MM. selaku Dosen Mata Kuliah Seminar Manajemen Pemasaran dan Sekretaris Jurusan Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
8. Segenap Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang telah memberikan ilmunya bagi peneliti.
9. Keluarga Besar Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya teman-teman seperjuangan di Jurusan Manajemen terutama kelas Manajemen A angkatan 2015.
10. Kedua saudara tersayang Aji Fahmi Sidik, dan Fika Tria Widaningsih, serta kakak sepupu terbaik Rizal Zulkarnaen, terimakasih selalu menyajikan riuh keluarga penuh rasa sayang, membuat rindu akan rumah terutama saat jauh dan lelah membutuhkan pulang.

11. Terindah, kamu _____, perapal haru penuh rindu. Terimakasih telah meluangkan waktu, materi, dan perasaan untuk bersama mengukir kenangan. Percayalah, dalam lantunan terimakasih aku tengah memelukmu dari kejauhan.
12. Para musisi Indonesia yang telah membuat lagu-lagu hebat sebagai teman kehampaan, tanpa mereka kesunyian mengerjakan skripsi tak akan pernah menyenangkan. Terimakasih telah berkarya dan teruslah menciptakan nada indah penuh makna.
13. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung.

Teriring do'a semoga bantuan dan amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan imbalan pahala, dan ridho dari Allah SWT. Peneliti menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa peneliti harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DIATI
BANDUNG

Bandung, Mei 2019

Peneliti



Alfi Gilang Purnama

NIM. 1158020019

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

MOTTO

RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iv

DAFTAR TABELviii

DAFTAR GAMBAR.....x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Kerangka Pemikiran.....	13
G. Penelitian Terdahulu	16
H. Hipotesis.....	20

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran.....	22
B. Kualitas Produk	23
1. Definisi Kualitas Produk	23
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	25
3. Dimensi Kualitas Produk.....	29
C. Harga	31
1. Definisi Harga	31
2. Tujuan Penetapan Harga	32
3. Faktor Penetapan Harga	34
D. Promosi.....	35
1. Definisi Promosi.....	35
2. Bauran Promosi	36
E. Keputusan Pembelian	38
1. Definisi Keputusan Pembelian	38
2. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan	39
3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	44
B. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi	45

2. Sampel.....	46
C. Jenis Data	46
D. Variabel Penelitian	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Pengolahan Data.....	54
G. Uji Asumsi Klasik.....	54
H. Analilis Regresi Berganda	57
1. Uji Hipotesis	57
2. Uji Simultan	59
3. Koefisien Determinasi.....	60
4. Uji Sumbangan Efektif (SR) dan Sumbangan Relatif (SR).....	61
I. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	64
1. Sejarah Singkat Perusahaan	64
2. Visi Misi.....	66
3. Produk yang Ditawarkan.....	67
B. Hasil Penyebaran Kuisisioner.....	70
1. Klasifikasi Kuisisioner	70
2. Sitematika Penyebaran Kuisisioner	71
C. Profil Responden	71
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin	71
2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	72
3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	73

4. Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Sepatu <i>Converse All Star</i> ..	74
5. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	74
D. Teknik Analisis Data.....	76
1. Pengolahan Data Kuisisioner.....	76
2. Uji Validitas	91
3. Uji Reabilitas.....	94
4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
5. Hasil Koefisien Korelasi	100
6. Uji Parsial (T).....	102
7. Uji Simultan (F)	104
8. Hasil Koefisien Determinasi	106
9. Uji Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR)	107
E. Pembahasan Hasil Penelitian	111
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	111
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	113
4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	115
5. Uji Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR) Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	116

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	117
B. Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA	122
-----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Sepatu yang Masuk <i>Top Brand Awards</i>	6
Tabel 1.2 Perbandingan Harga.....	8
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	48
Tabel 3.2 Skala Likert	51
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	62
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Klamen.....	71
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	73
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Sepatu <i>Converse All Star</i> ..	74
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	75
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X1).....	76
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Harga (X2).....	81
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Promosi (X3)	84
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)....	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X1).....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X2)	92
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi (X3)	93

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y).....	94
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)	95
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas <i>harga</i> (X2).....	96
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X3).....	96
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	97
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	98
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Korelasi	100
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	102
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	105
Tabel 4.22 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	106
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	106
Tabel 4.24 <i>Output</i> uji korelasi dan Regresi Linier Berganda.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	16
Gambar 4.1 Logo Sepatu <i>Converse All Star</i>	66
Gambar 4.2 Desain Sepatu <i>Converse All Star</i>	68
Gambar 4.3 <i>Converse All Star</i> Sepatu Bahan	69
Gambar 4.4 <i>CT As Canvas Ox Sneaker Shoes Black</i> Pria.....	69
Gambar 4.5 <i>CT As Canvas Ox Sneaker Shoes Black</i> Wanita	69

